谁持彩练当空舞？

——新媒体环境下县市报如何报新闻

摘　要：新媒体环境下，信息的传播速度一日千里，县市级新闻媒体相对于地级、省级、中央新闻媒体的地域优势基本上荡然无存。好新闻发生了，想捂捂不住，想发渠道价值又比不过大平台，作为县级新闻媒体，应该怎么办？本文通过一则被广为报道的实例进行详细分析，为新闻从业者提供部分参考意见。

关键词：新媒体；县市报；同题新闻
中图分类号：G216　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2018）09-041-02　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.09.015

文 / 汤鹄

众所周知，互联网具有不受时空限制的特点。新媒体时代，信息传播的速度、广度前所未有，这也使得处于新闻发生第一线的县市报媒体原本的“地利”“人和”等优势荡然无存，不仅新闻传播上遭遇上级大媒体和自媒体的同台竞争，同台竞技，而且传播效果也经常被狙击。遇到新闻，尤其是突发新闻、好新闻，县市报新媒体要如何应对，如何报道呢？本文对最近发生的一则新闻实例进行分析，试图从中找到部分规律性的共性问题，以供参考。

1. 新闻实例

2017 年 4 月 6 日，一则果农住院没空卖芒果，丹阳市人民医院医生护士包圆 2000 斤，避免芒果因不及时卖掉而变质的消息在网上迅速流传开来。

2. 传播途径

《丹阳日报》于 4 月 6 日刊登了这则消息，丹阳新闻网（丹阳日报官方网站）、《丹阳日报》、新鲜 APP 于 6 日上午同步更新，《丹阳日报》微信也于 6 日下午进行了推送。遗憾的是。网友（朋友圈）流传的消息来源大部分与《丹阳日报》无关，他们热烈讨论和转载的消息源大部分来自于《扬子晚报》（省级晚报），要么就是 6 日上午推送的丹阳市人民医院微信，就是 6 日上午 10:42 发出的 @ 央视新闻微博也转自《扬子晚报》。此后，该消息持续发酵，至 4 月 9 日，新华社发出新媒体专电，对事情来龙去脉再次进行了报道。

与大媒体同步刊发就是落后，落后就没有路走。

3. 纸媒端

4 月 6 日，《丹阳日报》（县市报）以《河南果贩在丹突发疾病，住院期间“意外”卖掉 2000 斤芒果》为题刊发了新闻。

同日，《镇江日报》（地市报）以《着急：河南果贩突发疾病，暖心：医院开通绿色通道》为题进行了报道。

也在 6 日，《扬子晚报》（省报）以《河南果贩镇江突发疾病遇到暖心事儿—安心治病，一车芒果大伙“包圆”了》为题进行了报道。

抛开标题不说，县、市、省三级媒体同一天发布，影响力天壤之别。《扬子晚报》当仁不让占据了信息传播的主渠道。

4. 新媒体端

4 月 6 日早 7:00，扬子晚报网就发布了此新闻，丹阳新闻网、《丹阳日报》。新鲜 APP 发布此新闻则在 9:00 左右，分别于 9:50 和 11:20 更改了标题。

10:42，随着 @ 央视新闻转发了 @《扬子晚报》，这条新闻在微博端开始发酵，中央级微博 @ 央视新闻，@ 人民网等都有转发。其主旨集中在了暖心。虽然 @《丹阳日报》微博 9:30 左右也进行了发布，但人微言轻，迅速淹没在信息的海洋中。

微博端发酵，微信端也没有闲着。6 日早上 11:02，当地人民医院微信以《你没看错！丹阳人民医院的医生护士竟然卖起了芒果，真相是……》为题进行了首轮发布，15 分钟点击量超过 1000,24 小时点击量 7000 多，对丹阳市人民医院这个粉丝仅有万人的微信号来说，这样的点击量属于天量。至 17:00，丹阳发布（市委宣传部微信）以《围观，我市人民医院工作人员上班买芒果却被央视点赞！》为题对微信进行了改编，点击量 3992，17:30《丹阳日报》微信以《惊讶！丹阳人民医院的医生护士竟然卖起了芒果，真相是……》为题进行了发布，点击量 6812。第 2 天，丹阳各自媒体开始转发。

事后，《丹阳日报》记者在 4 月 10 日，写出后续报道《小城大爱，我们身边充满正能量！》，《丹阳日报》微信端则以《小城大爱，丹阳爱心接力上演“搜城记”！》进行了报道。但由于过了读者和网友的关注点，微信点击量只有 3000 多。

综合上面各平台发布情况，我们可以得出两点结论：一是，与大媒体大平台同样条件下竞争，县市报新媒体

没有任何竞争力。无论是网络新闻源的抓取，还是网络话题的炒作，处于绝对的劣势。二是，与大媒体大平台比，县市报新媒体同步刊发不行，落后更不行。对我们来说只有一条路可以走，就是先发，先声夺人。纸媒端如果先发有困难，纸媒新媒体端可以先发，以抵消外地大媒体和民间自媒体的冲击，壮大我们的影响力和话语权。

新闻有了，没抢到新闻第一时间落点怎么办？新华社告诉了我们其中一种答案。

我们在报道中经常遇到新闻被民间自媒体抢先发布的情况，其内容就是简单的图片 + 说明文字。遇到这样的情况怎么办？是选择 PASS 还是重复自媒体的报道。PASS 多了，我们可能真要被网友 PASS 了：这样的新闻当地县市报怎么没有？重复报道也不足取，如果没有更新更权威的现场报道、幕后新闻，如何能彰显当地县市报的独特影响？这次，新华社针对“芒果事件”进行的应对就是一种解决方案。

芒果事件后，中央三大媒体 @ 央视新闻、@ 人民日报微博微信均有报道，独缺新华社踪影。正在大家猜测原因时，4 月 9 日，新华社用新媒体专电的形式在其客户端刊发了《救了“身病”再治“心病”——芒果商贩的“丹阳奇遇”》的电讯稿，它将之前网友看到新闻后心中的种种疑问通过记者现场详细的深挖采访，全部进行了解答，也为媒体面对自媒体“抢到新闻第一落点”后给出了“怎么办”的方法论。稿件发出后，虽然我们不清楚其点击量，但笔者朋友圈还是有许多人自发进行了转发。

此后，许多省级电视媒体主持人以读报或是评论的形式对这则新闻再次进行包装、发酵，将新闻的剩余价值几乎“吃干榨净”。

纵观新闻事件中各级媒体的表现，我们发现，县市报新媒体已经处于非常尴尬的境地。好新闻发生了，想捂捂不住，想发渠道价值又比不过大平台。不仅如此，其他自媒体、大媒体还会抢着报道。你不发，别人会“抢”。

新媒体环境既是机遇更是挑战。中国记协日前向全国新闻工作者发出《践行“四向四做”，做党和人民信赖的新闻工作者倡议书》，号召广大新闻工作者牢记习近平总书记嘱托，以“四向四做”为职业标杆，忠诚担当，履职尽责，努力做党和人民信赖的新闻工作者，为迎接党的十九大胜利召开营造良好舆论氛围。面对新闻，如何快速传递县市报的声音，如何深度挖掘新闻背后的新闻。可以说，这则新闻背后的故事很好地给我们上了一课，在这则新闻的处理上，我们可以学到许多。媒

参考文献

[1] 石磊 . 新媒体概论 [M]. 北京：中国传媒大学出版社，2009.

（作者单位：丹阳日报）

（上接第14页）

使得新媒体以非常快的发展速度应用于人们各个生活领域中。新媒体技术由于具有覆盖范围广、传播速度快等优点，迅速占领了市场资源，进而对传统媒体的发展造成巨大的冲击。作为传统媒体要想长期保持发展下去，就必需与新媒体进行融合。借鉴对方的优点进而弥补自身的缺点，进而达到“双赢”。因此，传统媒体负责人要审时度势，根据传统媒体自身的特点，采用合理的方法，将新媒体技术应用于其中，弥补传统媒体的不足，促进传统媒体长远发展下去。媒

参考文献

[1] 陈寿富 . 大数据背景下传统媒体与新媒体融合发展战略 [J]. 江淮论坛，2016（4）：140−144.

[2] 许华春 . 牢牢把握民办高校意识形态主导权——兼论高校传统媒体与新媒体的融合 [J]. 高等职业教育党建与思政工作研究，2015：114−119.

[3] 谢岚 . 传统媒体与新媒体融合的困境与策略浅谈 [J]. 新媒体研究，2016，2（7）：72，74.

[4] 张苏秋，顾江 . 大数据时代传统媒体与新媒体融合的特征、动力与路径 [J]. 现代经济探讨，2015（11）：50−54.

[5] 管秀云 . 传统媒体与新媒体融合的现状与困境 [J]. 管理观察，2015（29）：101−103.

[6] 刘伟杰 . 媒介融合时代广播创新发展策略研究 [D]. 南京大学，2015.

[7] 周宇豪 . 传统媒体与新媒体融合的现状与困境 [J]. 青年记者，2014（28）：56−57.

[8] 哈文 . 加强传统媒体与新媒体融合的策略探析——以 CCTV3 二维码互动平台为例 [J]. 现代传播（中国传媒大学学报），2014，36（7）：154−155.

（作者单位：湖南广播电视台）